

Inhalt

1. Coachen mit Präzision und Pro-vocation	9
1.1 Neuroduales Coaching (NDC)	11
1.2 Coaching ist, was man draus macht?	13
1.3 Das Projekt „Veränderung“ in Therapie und Business	16
1.4 „Return on coaching“	18
1.5 Work versus Life oder Work-Life Coaching?	20
1.5.1 <i>Relevante Coachingthemen.</i>	21
2. Teil I: Präzision	23
2.1 Klarheit und Struktur beim Erstkontakt.	25
2.1.1 <i>Coachingkultur = Unternehmenskultur?</i>	27
2.1.2 <i>Ein gutes Coaching braucht einen guten Coachee!</i>	30
2.1.3 <i>Consulting – Teaching – Coaching: Was ist was?</i>	31
2.1.4 <i>Klarheit beim Kontextwechsel.</i>	34
2.1.5. <i>Das Produkt Coaching erklären</i>	35
2.2 Die Auftragserteilung.	41
2.2.1 <i>Wie entstehen eigentlich Coachinganfragen?</i>	41
2.2.2 <i>Happy beginnings for happy ends – präzise Aufträge</i>	43
2.2.3 <i>Geheime Wünsche – verdeckte Motive</i>	46
2.2.4 <i>Neun Stolperfallen für den Coach.</i>	50
2.2.5 <i>Auftragsklärung mit dem C.L.E.E.R. I.T.-Format.</i>	53
2.2.6 <i>Wann lehne oder gebe ich ein Coaching ab?</i>	58
2.3 Die erste Sitzung	60
2.3.1. <i>Damit der Start stimmt.</i>	60
2.3.2 <i>Themenklärung mit dem Z.E.N.T.R.A.L.-Format</i>	61
2.3.3 <i>Veränderungsüberzeugungen – WAGE ES</i>	63

2.4	Der Coachingprozess	67
2.4.1	<i>Energiediagnose – Tun, Denken, Sein</i>	68
2.4.2	<i>Hirnforschung fürs Coaching – Thema Emotionalisierung</i>	72
2.4.3	<i>Die Steuerung der Betriebstemperatur – Neuroduales Vorgehen</i>	75
2.4.4	<i>Wichtige Grundlagen für einen guten Coach</i>	79
2.5	Sprache als wichtigstes Prozesswerkzeug	83
2.5.1	<i>Change-Talk – Sprache der Veränderung</i>	83
2.5.2	<i>Coachinghandwerk – unverzichtbare Fragetypen</i>	93
2.5.3	<i>Gute Formulierungen sind Freunde des Ziels</i>	96
2.5.4	<i>Empowerment – mehr Kraft fürs Handeln</i>	98
2.6	Informationen jenseits des Inhalts	102
2.6.1	<i>Mehr sehen & mehr hören</i>	103
2.6.2	<i>Kontakt mit dem K.A.I.S.E.R.I.N.-Modell</i>	105
2.6.3	<i>Rapport ist nicht gleich Rapport – 4-Stufen-Konzept</i>	107
2.6.4	<i>Rapporthilfen – starke Gefühle und Übertragungen</i>	110
3.	Teil II: Pro-vocation	113
3.1	Der Coach und seine Wahlmöglichkeiten	114
3.1.1	<i>Inhaltsabstinenz im Coaching?</i>	115
3.1.2	<i>Feedbackmangel im Business</i>	116
3.1.3	<i>Ist pro-vocative Kommunikation schwer?</i>	118
3.1.4	<i>Vorteile des pro-vocativen Coachings</i>	120
3.1.5	<i>Anforderungen an den pro-vocativen Coach</i>	122
3.2	Wie kann ich das Pro-vocative Coaching in meinen persönlichen Coachingstil einbauen?	125
3.2.1	<i>Rapport und Pro-vocation – geht das gut?</i>	126
3.2.2	<i>Von der Problemtrance zur Veränderungstrance</i>	128
3.2.3	<i>Der neue Blickwinkel: Wie muss ich denken?</i>	129
3.2.4	<i>Zehn Wege zur pro-vocativen Intervention</i>	131
3.2.5	<i>Kriterien für erfolgreiche pro-vocative Kommunikation</i>	133

3.3	Pro-vocative Werkzeuge und Formate	135
3.3.1	<i>Metaprogramme – WahrnehmungsfILTER und Denkmuster</i>	135
3.3.2	<i>Die Polaritätsstrategie – Pacen und Polarisieren</i>	142
3.3.3	<i>Double-Trouble-Mix</i>	145
3.3.4	<i>Logische Kategorien wechseln – das Rein-Raus Modell</i>	146
3.3.5	<i>Interaktionelle Pro-vocation – Rollenübernahme durch den Coach</i>	148
3.3.6	<i>Wie sag ich's nur? Erste-Hilfe-Kurs für die Pro-vocation</i>	151
3.3.7	<i>Vielleicht wird ja doch alles gut – Waschzettel für Coaches</i>	154
3.3.8	<i>Zum Umgang mit Macht</i>	155
4.	Coachingqualität sichern	157
4.1	Integre Coaches – integre Coachings	158
5.	Anhang	161
5.1	Literatur und Links	162
5.2	Spickzettel für die Präzision	164
5.2.1	<i>Kleine Schule der Veränderung – die 3 Freiheiten und die W A G E - E S - Kriterien</i>	164
5.2.2	<i>Das K.A.I.S.E.R.I.N.-MODELL</i>	165
5.2.3	<i>Die 15 CHANGE-TALK-Muster</i>	165
5.2.4	<i>Das C.L.E.E.R. I.T.-Format für die Auftragsklärung</i>	166
5.2.5	<i>Das Z.E.N.T.R.A.L.-Format</i>	168